E-Business Forum 2015

22. září 2015 / 9:00 / Grandior Hotel Prague Na Poříčí 42, 110 00 Praha 1

Program akce

Hlavní sál

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Matěj Novák - Cruxo

9:10 - 9:40 **Potenciál e-commerce v ČR z pohledu kategorií zboží.**

Tomáš Braverman - Slevomat.cz

Obrat internetových obchodů meziročně roste o 20% a čísla ukazují stále rostoucí popularitu online nakupování v ČR. A i když je dlouhodobě nejoblíbenějším sortimentem elektronika, rozhodně už dávno nepatří mezi ty dynamicky rostoucí. V kterých kategoriích je v současné době největší obchodní potenciál v ČR a jak to vypadá v porovnání se zahraničím? Je vývoj prodeje dle kategorií zboží totožný v online prostředí a klasickém retailu? Kdo dominuje jednotlivým kategoriím a je zde prostor pro další hráče? Nejprodávanější značky a produkty v jednotlivých kategoriích. Komplexní studie mapující potenciál online obchodování dle kategorií zboží v České republice.

9:40 - 10:30 **Postup digitálních domorodců: DNA nového nakupujícího**

Ken Hughes

Většina organizací přehnaně zaměřuje svoji vícekanálovou strategii na dostupné technologie – tablety a smartphony, aplikace a sociální media. Technologie je však pro nás pouze nástrojem k vybudování lepšího spojení s našimi zákazníky a koncovými uživateli. Neměli bychom se zaměřovat na technologii samotnou. Skutečná změna se odehrává v globálních posunech v rámci sociokulturních norem nakupujících a spotřebitelů. Existují obrovské rozdíly mezi tím, co očekávají spotřebitelé narození před příchodem Googlu (BG) a po příchodu Googlu (AG). Jelikož se digitální domorodci (narození v osmdesátých letech minulého století) nyní dostávají do věku 30 a více let, budeme svědky jednoho z největších posunů spotřebitelských zvyklostí v globálním měřítku snad od dob, kdy se v padesátých letech minulého století v USA objevil pojem teenager. Co vlastně tato generace očekává od života, vztahů, značek a maloobchodníků? Co požadují v oblasti spotřebitelských a nákupních zkušeností? A co je nejdůležitější – jak se připravit, abychom byli schopni splnit jejich potřeby. S využitím sociální a kulturní antropologie, futurologie a globálních posunů chování spotřebitelů prozkoumáme, kam by toto vše mohlo směřovat. Pokud nemáte rádi změnu, irelevanci budete mít rádi ještě méně!

10:30 - 11:00 **COFFEE BREAK**

11:00 - 11:30 **Budoucnost nakupování**

Jorij Abraham - Ecommerce Europe

Jak budou spotřebitelé nakupovat v roce 2020 a dále? To byla hlavní otázka dvouletého výzkumného programu, kterým se zabývalo více než 660 maloobchodních expertů napříč 30 skupin. Jorij Abraham, představí to nejlepší z této studie, která zohledňuje změnu v chování spotřebitelů, technologický vývoj a vzestup míst na světovém trhu. Svou prezentaci uzavře konkrétními případy strategických alternativ pro maloobchodníky, a poradí, jak zajistit své místo na globálním maloobchodním trhu 2020.

11:35 - 11:55 **Světové trendy v e-commerce**

Václav Štrupl - Bonami.cz

O čem se zatím jen mluví a co už reálně hýbe světem e-commerce za hranicemi naší republiky? Získejte náskok a podívejte se na trendy, které v příštích letech dorazí i k nám.

12:00 - 12:20 **Zvyk je železná košile. Jak na jeho změnu?**

Tomáš Čupr - Rohlik.cz

Chodíte 20 let do kamenného supermarketu. Proč byste měli začít nakupovat online? Máte 20 let stejnou banku. Proč byste ji měli změnit? Kupujete 20 let stejné produkty. Proč začít nakupovat jiné? Protože chcete? Nebuďte bláhoví.

12:25 - 12:30 **Vyhlášení cen AEA**

12:30 - 13:30 **OBĚD**

13:30 - 13:50 **Český košík roku 2015 – perly z natáčení**

Lukáš Hurych - Twisto Payments

V přednášce ukážeme největší perly z natáčení uživatelského testování na 120 největších e-shopech v ČR. Budeme varovat před tím, co rozhodně nedělat a také doporučíme, co určitě dělat. Vybereme ta nejdůležitější místa v nákupním procesu, na která si dát rozhodně pozor. Letošní testování probíhalo na mobilních zařízeních, jejich rychle rostoucí trend již nejde popřít.

13:55 - 14:15 **Jak moc děravé jsou české e-shopy? (case study)**

Zuzana Duračinská - CZ.NIC, zájmové sdružení právnických osob

Bezpečnost webových aplikací není jen o jednom bezpečnostním prvku. Právě naopak – jde o soubor vzájemně provázaných pravidel a zásad. Stejně jako v šachu, i zde vás může jeden špatný tah stát obrovskou prohru, a to nejen v podobě ztráty reputace. Na základě ukázek z praxe se dozvíte, proč je vhodné věnovat bezpečnosti webových aplikací dostatečnou pozornost i jak lze ochránit e-shop bez použití drahých řešení.

14:20 - 14:40 **“Abychom se mohli stát společností s hodnotou více než 200 miliard dolarů, museli jsme začít prodávat módu.” Jeff Bezos, Amazon.**

Pavlína Louženská - #HolkyzMarketingu

Světový trh s módou se vyrovná velikostí automobilovému průmyslu a je 6x větší, než trh se spotřební elektronikou. Jen velikost českého trhu s módou je přes 70 miliard korun. Ale pokud srovnáte technologické možnosti, které dnes máme, s aktuálním nákupním zážitkem, najdete tem obrovskou příležitost, které mohou e-shopy využít. O tom, jak pracovat s originálním obsahem, tvrdými daty a čirou Radostí a změnit tak trh český trh s módou. Košík po košíku.

14:45 - 15:05 **Globální e-commerce z vísky jménem Česko**

Adam Kurzok - Next CRE s. r. o.

Je ČR malý rybníček, který spláchne globální tsunami? Nebo dokážou některé štiky lovit v širokých vodách stále rostoucího mezinárodního publika. Nikdo vás nezná a 90% toho, co víte o e-shopech a SEO je k ničemu - plovoucí pevnosti jménem Amazon a eBay mají svá vlastní pravidla.

15:10 - 15:40 **COFFEE BREAK**

Partnerem Coffee breaku je společnost Zásilkovna.cz

15:40 - 16:00 **Význam blogosféry pro český business**

Olga Zbranek Biernátová - Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Spolupráce firem s blogery začíná mít své pevné místo i v ČR. Jsme sice všichni stále ve fázi, kdy se učíme, co a jak, na druhou stranu to poskytuje více prostoru pro úspěch a čas vybudovat pevné základy do budoucna. Povíme si, jak taková spolupráce může probíhat, jak se navazuje a kde hledat "ty správné" partnery. Mluvit budeme i o různých formách spolupráce, které jsou nejvyužívanější a nejefektivnější. Není to však jen o tom, jak blogera získat, ale také o tom, jak si ho udržet a vybudovat si s ním vztah. Projdeme si pár příkladů z praxe i mé osobní zkušenosti.

16:05 - 16:25 **Podpora značky Baťa v multichannel věku**

Martin Lysoněk - BAŤA, akciová společnost

Co odlišuje zrno od plev? Jak zapojit podporu značky do celkového digitálního mixu? Proč je podpora značky pro Baťu tak důležitá a jak na tom vlastně v čase multichannel exploze je?

16:30 - 16:50 **Jak vyhodnocovat reklamu každých 15 minut?**

Petr Kováčik - Skrz.cz

Hlavní předností výkonnostního online marketingu je možnost vyhodnocovat jeho přínos na konkrétních číslech. Rychlost rozhodování o přínosu jednotlivých reklamních kanálů je tedy prioritou. Povíme si o tom, jak se dá i u rozsáhlých kampaní s minimalizací lidské práce zařídit real-time vyhodnocení a maximalizovat tak zisky z reklam.

16:55 - 17:15 **Jak vybudovat z malého e-shopu velký a jak ten velký e-shop řídit**

Vít Endler - Virtooal.com

Start-up je fajn, ale jak se posunout dál k “standardnímu” businessu? Jak budovat z malé organizace, organizaci o stovkách zaměstnanců a jak udržet firmu ve start up modu? Jak plnit přání investorů a presto si udržet vysokou míru autonomie?

17:40 - 20:00 **After Party**

Sál Workshopů a Case Studies

13:30 - 14:00 **Jste připraveni na změnu?**

Vojta Roček - Stories

Datová analytika, reporting a big data jsou slova, která opanovala svět e-commerce poslednich několika let. Každý by chtěl data sbírat, měřit a hlavně správně vyhodnocovat. Na co ale nikdo není připravený, je změna, kterou s sebou datová analytika přináší. A to změna kontinuálni a neustálá. Bude striktně vyžadovat organizace se silnou vizí připravené zpochybňovat zažitá paradigmata a ochotně experimentovat se vším, co tvoří jejich core business. Klíčem ke změně bude schopnost udržet zaměstnance s prorůstovým myšlením, kteří už dnes na trhu prakticky nejsou. Jste připraveni?

14:05 - 14:35 **Heureka – Data e-shopům**

Michal Synek - Heureka Shopping

Dělat správná byznysová rozhodnutí na základě reálných dat a umět reagovat na aktuální trendy a oblíbenost produktů mezi zákazníky. Perfektně ovládnout produktový management, nabízet ve své kategorii ty správné produkty, ve správný čas, za optimální cenu a v dostatečném množství. Heureka nabízí od 1. 9. 2015 e-shopům nový produkt – Data. Ty budou moci e-shopy využít ke správnému uchopení produktového managementu a posílení své pozice v rámci dané kategorie zboží. Celý tento projekt s konkrétními ukázkami a možnostmi představíme v rámci workshopu.

14:40 - 15:00 **„A pak že to nejde..."**

Michal Jirek - delicado kingdom, s. r. o.

Responzivní design, personalizace, SEO... skutečně se bez nich a dalších současných trendů neobejdete? Opravdu jsou základem prosperujícího e-shopu, když se o nich tolik mluví? Ukážu vám, že to jde i bez módních vychytávek a že za úspěchem našeho e-shopu stojí ty nejzákladnější prvky - prozákaznický přístup a kvalita služeb.

15:10 - 15:40 **COFFEE BREAK**

Partnerem Coffee breaku je společnost Zásilkovna.cz

15:40 - 16:30 **Proč české e-shopy přicházejí o návštěvnost z vyhledávačů**

Pavel Ungr - Pavel Ungr

U českých e-shopů se v SEO stále opakuje několik málo chyb. Přijďte zjistit, které SEO "díry" české e-shopy mají a hlavně jak je zacpat - jaké je správné řešení těchto problémů.

16:35 - 16:55 **Jak dopadla personalizace středně velkého e-shopu? A co ještě nám pomáhá k vyšším prodejům?**

Matez Jindra - Makevision

Bastard.cz prodává vlastní vtipná trička s potiskem. Za devět let existence jsme už zjistili, která reklama nám funguje nejlépe. Teď zkoušíme personalizaci webu. Jaké měla výsledky? Vyplatí se do ni investovat? I to vám spolu s dalšími tipy ukážu.

17:00 - 17:20 **Rychlejší eshopy aneb jak je měříme a testujeme**

Petr Uttendorfský - oXyShop s.r.o

Jako dodavatel eshopových řešení provozujeme stovky menších a stovky větších eshopů. Setkáváme se s velmi různorodými požadavky, od rozsáhlého produktového portfolia, přes stovky variant produktů, složité cenotvorby, různé speciality až po třeba 300 položek v košíku. Jednou z významných vlastností eshopů, často považovanou (oprávněně) za samozřejmost je rychlost odezvy.

17:40 - 20:00 **After Party**